

厦门吉比特网络技术股份有限公司

2020年11月2日至11月27日投资者调研沟通活动纪要

时间：2020年11月2日至11月27日

形式：现场会议、电话会议

接待调研人：

董事、副总经理 高岩

副总经理、董事会秘书 梁丽莉

参会机构：广发证券、申万宏源证券、中泰证券、中天国富证券、中银国际证券、中信证券、中金公司、长江证券、方正证券、国盛证券、国泰君安证券、开源证券、山西证券、财达证券、东方证券、国开证券、华宝证券、天风证券、国信证券、安信证券、嘉实基金、银华基金、华夏基金、招商基金、新华基金、国投瑞银基金、东吴基金、华商基金、民生加银基金、鹏扬基金、前海联合基金、西部利得基金、长信基金、中银基金、博时基金、财通基金、创金合信基金、淳厚基金、方正富邦基金、工银瑞信基金、光大保德信基金、国泰基金、海富通基金、建信基金、诺德基金、浦银安盛基金、天弘基金、天治基金、万家基金、湘财基金、鑫元基金、银河基金、长安基金、中邮基金、宝盈基金、大成基金、九泰基金、长盛基金、信达澳银基金、易方达基金、融通基金、长城基金、景顺长城基金、安信基金、广发基金、国联安基金、华润元大基金、汇添富基金、金元顺安基金、前海开源基金、中加基金、中融基金、上投摩根基金、前海人寿保险、中国人寿养老保险、平安养老保险、长江养老保险、国泰产险、中国人寿资管、本利达资管、豪山资管、鲸航资管、前海瑞园资管、浙商资管、中泓汇富资管、方正证券资管、民生通惠资管、长江证券资管、东方资管、源乐晟资管、新华资管、融创智富资管、中信资产管理、大朴资产、火星资产、观富资产、仁桥资产、摩根大通资产、平安资产、明达资产、长润资产、大岩资本、丰岭资本、凯洲资本、前海承势资本、新活力资本、一村资本、毅恒资本、中际通资本、象湾资本、五洲资本、华夏未来资本、前海汇杰达理资本、鸿道投资、从容投资、淡水泉投资、沅沛投资、韩国投资信托、泓澄投资、云杉投资、云阳宜品投资、优塾投资、远望角投资、瑞华投资、凯丰投资、善渊投资、拾贝投资、星石投资、煜德投资、

富兰克林邓普顿投资、南土投资、鹏泽长和投资、翼虎投资、长金投资、高旗投资、中信银行、五矿信托、前海海雅金融控股、招银理财、聚力财富、幻方量化、恒健远志、汇鸿典当、群益投信、Anatole Investment Management、Cederberg Capital、Eurizon Capital、HD Capital、Mighty Divine、Xingtai Capital、Yong Rong (HK) Asset Management

详细纪要：

1、简要介绍一下公司近期经营情况？

2020年10月，《问道手游》年度赛事全民PK赛开启，玩家参与踊跃，本次赛事预计将持续至2020年12月。2020年1-10月，《问道手游》在App Store游戏畅销榜平均排名为第26名，最高至该榜单第6名。

2020年9月至10月，公司新产品《荣誉指挥官》《不朽之旅》《魔渊之刃》《巨像骑士团》先后上线。

2、公司对游戏买量的看法？

买量的操作需要考虑游戏自身的特点，公司之前的产品大多数不具备买量的特征，因为这些产品偏向核心向用户，可以通过很低的运营推广成本将目标用户吸引过来，但是难以形成“破圈”效应，这些产品买量对吸引泛用户帮助不大。《最强蜗牛》是公司遇到的第一个认为可以买量的产品。后续如果代理运营值得买量的产品，还是会买量。买量起到的是“放大器”的作用，吸引到玩家后，还是要依靠产品的设计提升产品运营的长期性和延续性。

3、公司如何进行产品推广？营销费用情况？

公司会根据产品的类型、特征和市场定位，以及玩家的结构、行为及消费特征等因素确定产品的市场推广方案，各个产品推广方式有所不同。公司产品的市场推广活动主要如下：

《问道手游》(MMORPG)的市场推广活动主要为聘请代言人活动、用户经营活动、IP 文学建设、广告推广活动和其他活动。关于聘请代言人,公司根据游戏及目标用户的特征,选取适合的代言人并策划一系列活动。关于用户经营,近年来,公司每年开展《问道手游》全民 PK 赛活动,吸引大量玩家参与,历经热身赛、积分赛、城市赛、淘汰赛、总决赛,竞技氛围热烈。另外,公司每年于不同城市开展数次“策划面对面”活动,策划经理及产品经理与玩家深入沟通,了解玩家需求及对游戏的改进建议,并据此调整优化游戏。

其他游戏(Roguelike 等类型游戏)的市场推广活动主要为知名平台榜单推荐、口碑营销、产品联动活动、广告推广活动等。

2020 年 1-9 月公司销售费用为 20,912.89 万元,占营业收入的 10.20%。

4、简要介绍公司近期实施的股权激励方案?

游戏行业是文化创意产业,高素质的人才队伍是公司保持竞争力的关键。公司 2020 年股票期权激励计划激励对象是公司的核心技术团队和业务团队,对于公司研发及运营业务的发展具有举足轻重的作用。本次股权激励计划为中长期的激励方案,与现金薪酬体系互为补充。

本次激励计划拟授予激励对象的股票期权数量为 720,000 份,约占本次激励计划草案公告日公司股本总额 71,864,552 股的 1.00%,其中首次授予股票期权数量为 690,000 份,预留授予股票期权数量为 30,000 份。股票来源为公司向激励对象定向发行的本公司人民币 A 股普通股股票,行权价格为 407.09 元/份。

首次授予的股票期权于 2020 年 11 月 18 日授予,授予人数 49 人。根据授予日收盘价测算,假设激励对象均符合行权条件,则首次授予股票期权的总成本为 3,473.83 万元,2020-2023 年分别摊销 165.57 万元、1,905.60 万元、966.96 万元、435.70 万元(最终实际摊销费用以会计师出具的审计报告为准)。

5、公司的人才培养方式和理念?

公司是做研发起家的，会把关注点前置到游戏背后的人才的培养上。公司以具有竞争力的薪酬、股权激励、较大的成长空间、企业文化等维持人才队伍的稳定，把人才培养的大环境营造好，不断吸引新的人才加入，并通过做好产品把团队锻炼出来。此外，公司充分利用各地的区位优势，在厦门、深圳、广州等均有团队。

公司虽重视研发团队的建设，但并不盲目扩大研发团队人员规模。游戏为文化创意产业，人海战术并不能奏效，公司更加重视团队的效率及人均产出，最终还是要靠高品质的产品取胜。

6、公司的研发机制介绍？

公司采用“自下而上”的新产品研发机制，鼓励各个团队自主研发，将精品、原创的理念注入游戏“精神内核”，坚持以玩家为本的设计理念，致力于为玩家创造美好体验。公司将持续提升自主研发能力，巩固核心竞争力，一方面对现有产品进行升级开发，提升游戏表现力和体验，延长产品生命周期；另一方面将打造多个游戏研发团队，用“小步快跑”的方式不断验证并调整，滚动开发多款精品游戏。此外，公司将利用自主运营平台的经验，注重运营与研发的结合，提高产品市场定位能力，有计划地针对细分市场领域进行定制开发，项目研发过程中兼顾趣味性、耐玩性及商业化设计。

7、能否简要介绍公司主要储备产品？

《摩尔庄园》是一款集怀旧、益智、养成、社交和剧情元素的 3D 社区养成游戏，目前全平台预约用户数已超 470 万。《摩尔庄园》已取得版号，预计 2021 年第一季度公测。

《一念逍遥》是由公司自主研发的一款水墨国风放置修仙手游。相比于市场上其他修仙手游，《一念逍遥》主打社交和高自由度。《一念逍遥》已取得版号。

8、公司重视产品的哪些方面？

公司重视产品的差异化及商业化。在差异化方面，公司要求产品在玩法设计、艺术风格上要有独特性，好玩有趣，能带给玩家新鲜感。差异化的游戏体验将有利于产品吸引广泛的用户并降低后续运营推广成本。在商业化方面，公司强调产品进行合理的付费机制设计，让合理付费成为游戏体验的一部分。产品的商业化设计不仅要考虑核心用户的需求，还要从泛用户的角度考虑内容及付费设计，探索打破核心用户和泛用户之间壁垒的有效方式，吸引更多泛用户并给予较好的游戏体验，从而获得更好的商业收益。